



## Determinasi Loyalitas Pengguna *E-Wallet* di Kabupaten Bekasi: Peran Kepercayaan dan Persepsi Resiko

Alya Lutfia Efendi<sup>1\*</sup>, Langgeng Sri Handayani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pelita Bangsa

Email: alyalutfia059@gmail.com

Received: 07-02-2026

Revised : 14-02-2026; 23-02-2026

Accepted : 24-02-2026

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna dompet digital (*e-wallet*) pada masyarakat Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 92 responden pengguna aktif *e-wallet* di Kabupaten Bekasi. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*, sedangkan persepsi risiko berpengaruh positif namun lemah terhadap loyalitas pengguna. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk meningkatkan kepercayaan pengguna melalui keamanan transaksi, keandalan sistem, dan integritas layanan, serta memitigasi persepsi risiko terkait aspek keuangan, kinerja, keamanan, hukum, dan psikologis. Penelitian ini berkontribusi pada kajian perilaku konsumen digital melalui bukti empiris dari masyarakat yang beragam serta menjadi acuan bagi industri *financial technology* di Indonesia dalam merancang strategi retensi pelanggan yang lebih efektif.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Persepsi risiko, Loyalitas pengguna, *E-wallet*, *Financial technology*

### Abstract

*This study aims to analyze the influence of trust and risk perception on the loyalty of digital wallet (e-wallet) users in Bekasi Regency. This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire to 92 respondents who are active e-wallet users in Bekasi Regency. Data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of SmartPLS software version 3.0. The results show that trust has a positive and significant effect on e-wallet user loyalty, while risk perception has a positive but weak effect on user loyalty. These findings provide practical implications for e-wallet service providers to increase user trust through transaction security, system reliability, and service integrity, as well as mitigate risk perceptions related to financial, performance, security, legal, and psychological aspects. This study contributes to the study of digital consumer behavior through empirical evidence from diverse communities and serves as a reference for the financial technology industry in Indonesia in designing more effective customer retention strategies.*

**Keywords:** Trust, Risk perception, User loyalty, E-wallet, Financial technology

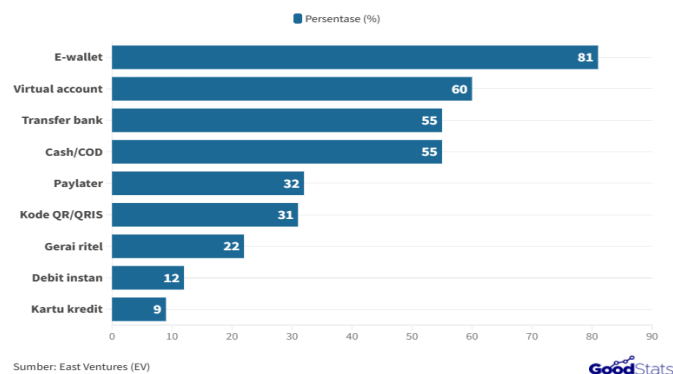
### Pendahuluan

Penggunaan dompet digital (*e-wallet*) di Indonesia telah mengalami pertumbuhan eksponensial dalam lima tahun terakhir, khususnya di wilayah Jabodetabek termasuk Kabupaten Bekasi. Hindardjo (2025) mengemukakan bahwa tingginya penggunaan *e-wallet* tidak selalu diikuti dengan loyalitas yang kuat, khususnya ketika pengguna dihadapkan pada pilihan platform yang beragam. Selanjutnya, Kanojia (2020) mengemukakan bahwa kepercayaan (*trust*) dan persepsi risiko (*perceived risk*) merupakan dua faktor psikologis

fundamental yang membentuk perilaku konsumen dalam adopsi teknologi pembayaran digital. Namun, belum banyak penelitian yang secara mendalam meneliti bagaimana kedua faktor ini bekerja bersama dan memengaruhi loyalitas pengguna dalam konteks wilayah dan karakteristik masyarakat lokal yang spesifik, seperti di Kabupaten Bekasi.

Penelitian ini penting dan menarik karena memberikan manfaat nyata bagi pihak industri *financial technology* dan juga bagi kalangan akademisi. Lo & Santoso (2020) mengemukakan bahwa memahami faktor-faktor yang mendorong loyalitas pengguna *e-wallet* dapat membantu platform pembayaran digital mengembangkan strategi retensi yang lebih efektif dan *customer-centric*, terutama mengingat tingginya kompetisi pasar dan fenomena *switching behavior* di kalangan pengguna aktif. Dari perspektif akademis, penelitian ini mengisi gap literatur dengan memberikan bukti empiris tentang mekanisme kompleks antara kepercayaan (*trust*), persepsi risiko (*perceived risk*), dan loyalitas (*loyalty*) dalam konteks komunitas lokal di Indonesia yang belum banyak diteliti, sehingga dapat memperkaya teori perilaku konsumen dalam adopsi *financial technology*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui *Structural Equation Modeling* (SEM) terhadap sampel pengguna *e-wallet* di Kabupaten Bekasi, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model prediktif yang valid dan wawasan yang dapat ditindak lanjuti untuk meningkatkan retensi pengguna dan nilai jangka panjang bagi industri *financial technology* di Indonesia.

Gambar berikut menyajikan data perubahan besar dalam pola pembayaran digital masyarakat Indonesia. Penggunaan *e-wallet* kini menempati posisi utama sebagai metode pembayaran yang paling diminati, menandai pergeseran mendasar dalam cara konsumen bertransaksi di era digital. Perkembangan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin mengandalkan teknologi finansial dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, yang secara tidak langsung mencerminkan kemajuan digitalisasi di berbagai sektor, termasuk di wilayah urban dan semi-urban seperti Kabupaten Bekasi.



Gambar 1. Sistem Pembayaran yang populer dipakai di Indonesia tahun 2023  
Sumber : GoodStats dari East Ventures

Berdasarkan gambar 1. data persentase *GoodStats* yang dilansir dari laporan *East Ventures* (EV), dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* telah mencapai dominasi pasar yang luar biasa dengan tingkat penggunaan tertinggi sebesar 81 persen dibandingkan metode pembayaran lainnya. Fenomena ini menciptakan paradoks psikologis yang menarik terkait hubungan antara kepercayaan pengguna dan persepsi risiko. Meskipun penggunaan *e-wallet* mencapai 81 persen, hal tersebut tidak secara otomatis menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan atau rendahnya persepsi risiko di kalangan pengguna. Sebaliknya, metode pembayaran lain seperti *virtual account* (60%), *transfer bank* (55%), dan *Cash* atau *COD* (55%) masih tetap banyak digunakan, menandakan bahwa sebagian konsumen merasa lebih aman dengan metode pembayaran tradisional atau kombinasi dalam situasi tertentu.

Pada konteks perkembangan layanan keuangan digital di Indonesia, pemahaman terhadap penggunaan *e-wallet* selama periode pandemi menunjukkan bahwa kepercayaan dan evaluasi risiko merupakan faktor krusial yang memengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi layanan pembayaran digital (Sundjaja, 2021). Studi tersebut menekankan bahwa meskipun adopsi *e-wallet* meningkat signifikan, persepsi individu tentang keamanan dan kepercayaan masih menjadi pertimbangan utama yang mempengaruhi loyalitas jangka panjang pengguna.

Kondisi ini sangat relevan di Kabupaten Bekasi, mengenai keberagaman pengguna, mulai dari generasi milenial yang terbiasa dengan teknologi, hingga kelompok usia yang lebih tua dengan pemahaman digital yang terbatas menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepercayaan dan persepsi risiko terhadap penggunaan *e-wallet*. Kepercayaan (*trust*) terbukti menjadi faktor utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan layanan *e-wallet*, sementara persepsi risiko tetap menjadi hambatan bagi sebagian pengguna (Kinanti & Rahmiati, 2023). Melalui pendekatan penelitian tersebut juga ditemukan bahwa keamanan (*security*) dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi intensi penggunaan *e-wallet*, sedangkan persepsi risiko mempunyai pengaruh negatif atau kurang signifikan dalam beberapa kasus, sehingga membentuk pola adopsi *e-wallet* yang berbeda di kalangan konsumen Indonesia.

Tingginya penggunaan *e-wallet* (81%) dalam lanskap metode pembayaran di Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan adopsi teknologi yang masif. Sebaliknya, survei empiris dan data industri mengungkapkan fenomena paradoks yang signifikan terhadap penggunaan yang tinggi tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi loyalitas pengguna yang kuat dan berkelanjutan. Elok & Hidayati (2021) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan dalam industri dompet digital dipengaruhi oleh faktor-faktor kompleks seperti kepuasan, ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, dan pembentukan kebiasaan penggunaan. Data longitudinal menunjukkan bahwa pengguna aktif *e-wallet* mendemonstrasikan perilaku *switching* yang tinggi, seringkali beralih di antara berbagai platform berdasarkan promosi transaksional, *cashback*, atau insentif jangka pendek lainnya, daripada mempertahankan komitmen jangka panjang terhadap satu platform spesifik (Bajwa., 2025). Pola serupa terjadi di Kabupaten Bekasi, daerah dengan populasi 3 juta jiwa dan pertumbuhan penggunaan digital yang pesat.

Keberagaman latar belakang masyarakat di Kabupaten Bekasi, berbeda dalam hal usia, pendapatan, dan pengalaman digital menyebabkan cara yang berbeda dalam menggunakan *e-wallet*. Hal ini menimbulkan tantangan bagi operator *e-wallet* untuk mempertahankan pengguna di tingkat lokal. Dalam situasi ini, kepercayaan (*trust*) dan persepsi risiko (*perceived risk*) menjadi dua faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap *e-wallet*. Mekanisme sinergis dan kompleks bagaimana kedua konsep ini secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pengguna, terutama dalam dinamika kompetitif *multi-platform* dan konteks geografis lokal yang spesifik masih belum sepenuhnya dipahami dan memerlukan eksplorasi empiris yang mendalam (Kim et al., 2024).

Loyalitas pengguna dompet digital (*e-wallet*) menjadi isu strategis dalam ekosistem pembayaran digital di Indonesia, khususnya di wilayah seperti Kabupaten Bekasi yang mengalami transformasi ekonomi digital yang pesat. Kepercayaan dan persepsi risiko merupakan dua faktor psikologis yang secara teoretis memiliki peran signifikan dalam membentuk loyalitas pengguna. Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan inkonsistensi temuan yang memerlukan investigasi lebih lanjut.

Pada konteks pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*, beberapa studi menemukan hubungan positif yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Dhaigude (2023) membuktikan bahwa kepercayaan berperan sebagai mediator kuat dalam hubungan antara nilai pelanggan dan loyalitas pada pengguna *mobile wallet*, di mana kepercayaan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mendorong

loyalitas. Temuan serupa dikemukakan oleh Al-Hattami (2023) bahwa kepercayaan berperan sebagai moderator penting dalam meningkatkan loyalitas pengguna *mobile wallet* di India pasca-pandemi COVID-19, dengan menekankan bahwa kepercayaan memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Sebaliknya, penelitian Abdul-Halim (2022) mengungkapkan hasil yang kontradiktif, di mana kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berkelanjutan menggunakan *e-wallet* di Malaysia. Studi tersebut menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *satisfaction* memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan kepercayaan dalam konteks penggunaan berkelanjutan *e-wallet*.

Terkait persepsi risiko, literatur juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Khan & Abideen (2023) membuktikan bahwa persepsi risiko berperan sebagai mediator signifikan terhadap perilaku penggunaan dompet digital, di mana semakin tinggi persepsi risiko terhadap keamanan, privasi, dan kinerja, maka intensi dan perilaku penggunaan *e-wallet* semakin menurun. Hasil konsisten ditunjukkan penelitian oleh Chin (2022) yang menemukan bahwa persepsi risiko secara signifikan mengurangi kepercayaan dan intensi adopsi *mobile wallet* melalui kerangka kerja *extended valence framework*, khususnya terkait risiko finansial dan keamanan data. Namun, berbeda dengan kedua penelitian tersebut, studi yang dilakukan oleh Gomez-Hurtado (2025) menemukan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *e-wallet* pada segmen pengguna yang sudah memiliki pengalaman, karena kepercayaan yang terbangun dari pengalaman positif sebelumnya dapat menetralkan kekhawatiran terhadap risiko.

Hasil penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan adanya *research gap* yang perlu dijawab. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung dilakukan di wilayah perkotaan besar atau negara-negara maju, sementara karakteristik masyarakat Kabupaten Bekasi yang merupakan daerah dengan demografi heterogen, tingkat literasi digital yang bervariasi, serta dinamika sosio ekonomi yang berbeda belum banyak dieksplorasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika kepercayaan dan persepsi risiko dalam membentuk loyalitas pengguna *e-wallet* pada konteks spesifik masyarakat Kabupaten Bekasi.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan pendekatan kontekstual geografis yang spesifik pada wilayah Kabupaten Bekasi, sebuah area yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur adopsi *e-wallet*, padahal memiliki karakteristik demografis yang heterogen dan dinamika transformasi digital yang unik. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang umumnya berfokus pada wilayah perkotaan metropolitan atau negara maju, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor kontekstual lokal, seperti variasi literasi digital, latar belakang sosio-ekonomi yang beragam, serta norma budaya masyarakat yang mempengaruhi interaksi kompleks antara kepercayaan (*trust*), persepsi risiko (*perceived risk*), dan loyalitas pengguna *e-wallet*. Sebagaimana ditekankan oleh Mutambik (2024) bahwa faktor-faktor kontekstual seperti lingkungan sosial dan budaya memiliki peran krusial dalam menentukan keberhasilan adopsi teknologi di berbagai wilayah, karena relevansi dan efektivitas teknologi sering kali bergantung pada konteks budaya dan nilai-nilai lokal yang melingkupinya.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Eneizan (2023) yang menegaskan bahwa budaya konsumen dan kebiasaan pembayaran (*payment culture*) di negara berkembang secara signifikan memengaruhi tingkat penerimaan inovasi digital seperti *mobile payment* dan *e-wallet*. Sementara itu, Alkhowaiter (2020) dalam kajian sistematis literaturnya menemukan bahwa perbedaan budaya lokal dan norma sosial di berbagai negara berkembang menciptakan variasi signifikan dalam pola adopsi digital payment, sehingga pemahaman konteks spesifik menjadi krusial untuk menjelaskan perilaku pengguna. Temuan serupa juga dikonfirmasi oleh Puriwat & Tripopsakul (2021) yang menunjukkan bahwa konteks sosial-budaya di negara

berkembang Asia, termasuk kepercayaan interpersonal dan nilai-nilai komunitas, memainkan peran determinan dalam membentuk persepsi dan intensi penggunaan mobile payment.

Selain itu, penelitian ini mengisi *research gap* dengan menguji mekanisme simultan kedua variabel psikologis utama yaitu kepercayaan dan persepsi risiko dalam konteks fenomena *multi-platform switching behavior* yang tinggi di kalangan pengguna *e-wallet* Indonesia, khususnya di wilayah yang mengalami transisi ekonomi digital pesat namun belum mendapat perhatian memadai dalam literatur akademik. Dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) pada sampel masyarakat Kabupaten Bekasi, penelitian ini diharapkan menghasilkan model prediktif yang secara empiris menjelaskan dinamika loyalitas pengguna *e-wallet* dalam konteks lokal Indonesia, serta memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan strategi retensi pelanggan yang lebih kontekstual dan efektif bagi industri *financial technology*. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur sistem pembayaran digital dengan menghadirkan bukti empiris yang relevan dengan karakteristik perilaku konsumen di daerah penyangga metropolitan, sehingga hasilnya tidak hanya merefleksikan kondisi pasar nasional secara umum, tetapi juga menangkap dinamika lokal yang khas dalam adopsi dan keberlanjutan penggunaan *e-wallet* di Indonesia.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis secara komprehensif pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna *e-wallet* pada masyarakat Kabupaten Bekasi dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang mampu menguji hubungan kausal kompleks antar variabel secara simultan. Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena memberikan pemahaman mendalam mengenai mekanisme psikologis yang membentuk loyalitas pengguna dalam konteks geografis yang heterogen, sebuah area yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam literatur *financial technology*, padahal memiliki dinamika adopsi digital yang unik dan berbeda dari wilayah metropolitan.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya *body of knowledge* terkait teori perilaku konsumen digital dengan menyediakan bukti empiris tentang bagaimana faktor kepercayaan dan persepsi risiko berinteraksi dalam membentuk loyalitas pengguna *e-wallet* di konteks masyarakat di Indonesia, serta menjawab inkonsistensi temuan penelitian-penelitian terdahulu. Dari perspektif praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi strategis bagi pelaku industri *financial technology* dalam merancang kebijakan dan strategi retensi pelanggan yang lebih efektif dan kontekstual, khususnya dalam meningkatkan kepercayaan pengguna, memitigasi persepsi risiko, serta mengurangi perilaku *switching behavior* yang tinggi di kalangan pengguna *e-wallet*. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi regulator dan pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang mendukung pengembangan ekosistem pembayaran digital yang aman, terpercaya, dan berkelanjutan di wilayah-wilayah Indonesia yang sedang mengalami transformasi ekonomi digital.

## Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh kepercayaan (*trust*) dan persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap loyalitas pengguna dompet digital (*e-wallet*) pada masyarakat Kabupaten Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Bekasi dengan jumlah responden sebanyak 93 orang yang dipilih dengan Teknik purposive sampling sesuai tertentu. Data primer dikumpulkan melalui Teknik skala Likert, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan. Analisis data dilakukan menggunakan *structural Equation Modeling* (SEM) berbasis Partial Least Square

(PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 3.0 meliputi uji validitas, reliabilitas, evaluasi outer model, Inner model, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Pemilihan PLS-SEM didasarkan pada pertimbangan bahwa metode ini lebih sesuai untuk model penelitian yang kompleks dengan melibatkan variable, serta mampu digunakan serta optimal pada ukuran sampel moderat seperti 93 responden, sehingga hasil analisis tetap ribust dan reliabel.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Average Variance Extracted (AVE)

Uji Average Variance Extracted (AVE) dilakukan untuk menilai validitas konvergen dari setiap konstruk dalam model penelitian. Nilai AVE menunjukkan sejauh mana indikator mampu menjelaskan variabel laten yang diukurnya, dengan batas minimum yang direkomendasikan sebesar 0,5.

Tabel 1. Hasil Average Variance Extracted (AVE)

| Variabel | Average Variance Extracted (AVE) |
|----------|----------------------------------|
| LU       | 0.65                             |
| PR       | 0.646                            |
| TR       | 0.605                            |

Tabel 1 menyajikan hasil uji Average Variance Extracted (AVE) yang digunakan untuk mengukur validitas konvergen dari setiap variabel penelitian, yaitu Loyalitas Pengguna (LU), Persepsi Risiko (PR), dan Kepercayaan (TR). Seluruh variabel memperoleh nilai AVE di atas ambang batas 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu merepresentasikan konstruk dengan baik. Dengan demikian, instrumen penelitian ini telah memenuhi syarat validitas konvergen, artinya setiap variabel laten dapat dijelaskan secara akurat oleh indikator yang menyusunnya.

### Uji Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas dengan menggunakan Cronbach's Alpha dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal indikator-indikator dalam mengukur setiap variabel penelitian. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7.

Tabel 2. Hasil Uji Cronbach's Alpha

|    | Cronbach's Alpha |
|----|------------------|
| LU | 0.912            |
| PR | 0.891            |
| TR | 0.891            |

Tabel 2 menyajikan hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha untuk variabel Loyalitas Pengguna, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan. Seluruh variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi, melampaui ambang batas minimum 0,7, yang berarti indikator-indikator pada masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang stabil dan konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti.

### Uji Composite Reliability

Uji *Composite Reliability* dilakukan untuk menilai tingkat reliabilitas konstruk dalam model penelitian dengan mempertimbangkan konsistensi internal seluruh indikator. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator penyusunnya mampu mengukur variabel secara konsisten dan andal.

Tabel 3. Hasil Uji Composite Reliability

| <b>Composite Reliability</b> |       |
|------------------------------|-------|
| LU                           | 0.930 |
| PR                           | 0.916 |
| TR                           | 0.914 |

Tabel 3 menampilkan hasil uji *Composite Reliability* untuk variabel Loyalitas Pengguna, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan. Semua variabel memperoleh nilai reliabilitas komposit yang tinggi, jauh di atas batas minimum 0,7, yang menunjukkan bahwa konstruk penelitian memiliki tingkat konsistensi pengukuran yang sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini mampu memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya, sehingga instrumen layak digunakan untuk analisis model penelitian.

### Uji R Square

Uji *R Square* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen dalam model penelitian mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai *R Square* mencerminkan kekuatan prediktif model, di mana semakin besar nilainya maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti.

Tabel 4. Hasil R Square

|    | <b>R Square Adjusted</b> | <b>R Square Adjusted</b> |
|----|--------------------------|--------------------------|
| LU | 0.624                    | 0.616                    |

Tabel 4 menyajikan hasil uji *R Square* yang menunjukkan kemampuan prediktif model penelitian terhadap variabel Loyalitas Pengguna. Nilai *R Square* yang diperoleh mengindikasikan bahwa variabel independen, yaitu Kepercayaan dan Persepsi Risiko, mampu menjelaskan proporsi variasi yang cukup besar pada Loyalitas Pengguna e-wallet. Hal ini membuktikan bahwa model penelitian memiliki kekuatan prediktif yang baik, sehingga dapat diandalkan untuk menginterpretasikan pengaruh antarvariabel dalam model penelitian.

### Uji Path Coefficient

Uji *Path Coefficient* dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna dalam model struktural penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk menilai apakah kedua hipotesis yang diajukan dapat diterima, dengan melihat nilai koefisien jalur yang menunjukkan arah hubungan antarvariabel.

Tabel 5. Uji Path Coefficient

|    | LU    | PR | TR |
|----|-------|----|----|
| LU |       |    |    |
| PR | 0.213 |    |    |
| TR | 0.699 |    |    |

Tabel 5 menyajikan hasil uji *Path Coefficient* yang menggambarkan arah hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Persepsi Risiko (PR) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pengguna (LU), yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,213. Selain itu, Kepercayaan (TR) juga terbukti memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap Loyalitas Pengguna (LU) dengan nilai koefisien sebesar 0,699. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan dan semakin baik persepsi risiko yang dirasakan pengguna, maka loyalitas pengguna e-wallet cenderung meningkat. Dengan demikian, kepercayaan dan persepsi risiko merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas pengguna dalam penggunaan e-wallet.

## Pembahasan

### Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna E-Wallet

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna e-wallet. Pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap platform e-wallet cenderung lebih loyal dalam menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan ini terbentuk melalui persepsi keamanan transaksi, keandalan sistem, dan integritas layanan yang diberikan oleh penyedia e-wallet. Ketika pengguna merasa yakin bahwa data pribadi dan finansial mereka terlindungi dengan baik, mereka lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan yang sama dan tidak berpindah ke platform lain. Rasa aman yang dirasakan pengguna menciptakan ikatan emosional dengan platform, sehingga mengurangi keinginan untuk beralih ke layanan kompetitor meskipun ditawarkan berbagai promosi atau insentif menarik.

Hasil ini didukung oleh Sinulingga, Ginting, Sembiring & Silalahi (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan yang dirasakan (*perceived trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan dan adopsi e-wallet di kalangan orang dewasa di Indonesia. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kepercayaan menjadi fondasi utama dalam membentuk komitmen jangka panjang pengguna terhadap layanan dompet digital. Temuan ini juga sejalan dengan Putri, Sinaga, Sudirman & Dharma (2022) yang menemukan bahwa kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* e-wallet. Studi tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya mempengaruhi keputusan awal untuk menggunakan e-wallet, tetapi juga menentukan apakah pengguna akan tetap setia menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Dalam konteks masyarakat Kabupaten Bekasi yang memiliki karakteristik demografis heterogen, kepercayaan menjadi fondasi utama yang menentukan apakah pengguna akan tetap loyal atau beralih ke platform e-wallet lain yang menawarkan promosi lebih menarik.

### Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Loyalitas Pengguna E-Wallet

Persepsi risiko berpengaruh positif namun lemah terhadap loyalitas pengguna e-wallet. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat hubungan positif antara persepsi risiko dengan loyalitas, kekuatan pengaruhnya relatif kecil dibandingkan dengan faktor kepercayaan. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui mekanisme psikologis di mana pengguna yang memiliki kesadaran akan risiko justru menjadi lebih berhati-hati dan selektif dalam menggunakan e-wallet. Pengguna yang aware terhadap berbagai dimensi risiko seperti risiko keuangan, kinerja, keamanan, hukum, dan psikologis cenderung melakukan riset lebih

matang sebelum berkomitmen pada satu platform, dan ketika mereka sudah merasa nyaman dengan sistem keamanan yang diterapkan, loyalitas mereka justru dapat terbentuk karena keyakinan bahwa risiko telah dimitigasi dengan baik.

Hasil ini didukung oleh Malik et al. (2020) yang menunjukkan bahwa *perceived risk* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna (*user trust*), meskipun tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Persepsi risiko memengaruhi perilaku pengguna secara tidak langsung melalui kepercayaan, dan ketika dikelola dengan baik dapat mendorong loyalitas, meskipun pengaruhnya lebih lemah dibandingkan kepercayaan langsung. Temuan ini juga sejalan dengan Sopiya & Sriyono (2025) yang menyatakan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet. Studi tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya pemahaman teknologi yang baik tentang kesadaran risiko sebagai bagian dari literasi digital, sehingga lebih selektif dalam memilih platform dengan sistem keamanan terbaik. Dalam konteks Kabupaten Bekasi, persepsi risiko masih menjadi tantangan bagi sebagian pengguna, namun dapat bertransformasi menjadi pendorong kepercayaan dan loyalitas melalui peningkatan literasi digital serta komunikasi keamanan yang transparan.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna e-wallet, sedangkan persepsi risiko berpengaruh positif namun lemah terhadap loyalitas pengguna pada masyarakat Kabupaten Bekasi. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan, sementara nilai R Square mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik. Kepercayaan yang terbentuk melalui persepsi keamanan transaksi, keandalan sistem, dan integritas layanan menjadi fondasi utama yang menentukan loyalitas pengguna, sedangkan persepsi risiko menunjukkan pengaruh positif yang lemah karena meskipun kesadaran akan risiko dapat mendorong kehati-hatian dan komitmen selektif, namun juga menciptakan ambivalensi yang mengikis kepercayaan penuh. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan loyalitas pengguna e-wallet dapat dicapai melalui penguatan kepercayaan yang berkelanjutan dan pengelolaan persepsi risiko yang efektif.

Kontribusi teoritis penelitian ini adalah memperluas literatur perilaku konsumen digital dengan memberikan bukti empiris tentang mekanisme kompleks antara kepercayaan dan persepsi risiko dalam membentuk loyalitas pengguna e-wallet pada konteks geografis heterogen di Indonesia. Temuan ini menjawab inkonsistensi hasil penelitian terdahulu dan menegaskan bahwa konteks demografis lokal, tingkat literasi digital, dan karakteristik sosio-ekonomi memainkan peran penting dalam dinamika loyalitas e-wallet. Kontribusi praktis penelitian ini memberikan rekomendasi implementatif bagi penyedia layanan e-wallet, seperti penguatan sistem keamanan melalui teknologi enkripsi dan autentikasi berlapis, program edukasi intensif tentang mekanisme keamanan transaksi digital, serta transparansi dalam pengelolaan data pribadi dan finansial. Dengan demikian, penyedia layanan dapat membangun ekosistem pembayaran digital yang lebih aman dan terpercaya dalam menghadapi fenomena switching behavior dan dinamika kompetisi pasar yang ketat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu penggunaan desain cross-sectional yang tidak dapat menangkap dinamika jangka panjang, serta sampel yang terbatas pada kawasan Bekasi sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh sektor manufaktur Indonesia. Untuk penelitian mendatang disarankan penggunaan desain longitudinal, analisis perbandingan antar subsektor manufaktur, serta integrasi variabel eksternal seperti dukungan organisasi dan budaya kerja guna memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang membentuk resiliensi karyawan.

## Daftar Pustaka

- Abd Malik, A. N., Annuar, S. N. S., Yacob, Y., Pakasa, U. I., Ali, J. K., Gregory, M., Enchas, C. A., Shamsuddin, N. E., & Nyandang, J. (2020). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Reward Towards E-wallet Usage Intention: A Moderating Role of Trust. *Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(9), 1699–1714.
- Abdul-Halim, N.-A., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Teoh, A. P., & Nawaser, K. (2022). Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality & Quantity*, 56(5), 3413–3439.
- Al-Hattami, H. M., Al-Adwan, A. S., Abdullah, A. A. H., & Al-Hakimi, M. A. (2023). Determinants of Customer Loyalty toward Mobile Wallet Services in Post-COVID-19: The Moderating Role of Trust. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023(1), 9984246.
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53, 102102.
- Bajwa, F. A., Fu, J., Bajwa, I. A., Ahmad, S., & Mahmood, F. (2025). Factors influencing usage and loyalty for payment app customers in Saudi Arabia. *Acta Psychologica*, 255, 104961.
- Chin, A. G., Harris, M. A., & Brookshire, R. (2022). An empirical investigation of intent to adopt mobile payment systems using a trust-based extended valence framework. *Information Systems Frontiers*, 24(1), 329–347.
- Dhaigude, A. S., Vinod Tapar, A., Shameem Jawed, M., & Kamath, G. B. (2023). Is perceived value enough to create loyalty for m-wallets? Exploring the role of trust and satisfaction. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2281050.
- Elok, S. K. C. S., & Hidayati, M. M. A. (2021). Customer loyalty in digital wallet industry: the role of satisfaction, effort expectancy, performance expectancy, and habit. *International Conference on Emerging Challenges: Business Transformation and Circular Economy (ICECH 2021)*, 340–352.
- Eneizan, B., Saraswat, S., Ngah, A. H., Enaizan, O., & Alsakarneh, A. (2023). The impact of consumer culture on innovation adoption in developing countries. *Foresight and STI Governance*, 17(3), 32–43.
- Gómez-Hurtado, C., Gálvez-Sánchez, F. J., Prados-Peña, M. B., & Ortiz-Zamora, A. F. (2025). Adoption of e-wallets: trust and perceived risk in Generation Z in Colombia. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 29(4), 425–443.
- Hindardjo, A., Faisal, A., Marlapa, E., Pramudena, S. M., & Mahmud, K. N. (2025). Unraveling the complexity of fintech adoption: A multidimensional analysis of sustained digital wallet usage by Generation Z in Greater Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 18(1), 59–76.
- Kanojia, P., & Lal, M. (2020). Impact of trust on customer adoption of digital payment systems. In *Impact of Mobile Payment Applications and Transfers on Business* (pp. 16–42). IGI Global.
- Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: the mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*, 9(1), 73.
- Kim, L., Jindabot, T., & Yeo, S. F. (2024). Understanding customer loyalty in banking industry: A systematic review and meta analysis. *Heliyon*, 10(17).
- Kinanti, D. T., & Rahmiati, R. (2023). Perceived risk, trustworthiness, and security in E-wallet adoption: a study of DANA in West Sumatra. *Marketing Management Studies*, 3(3), 228–240.

- Lo, M., & Santoso, A. S. (2020). Factors That Determine Users' Switching Intention From a Debit/Credit Card to Adopting E-Wallet as a Payment Method. In *Interdisciplinary Approaches to Digital Transformation and Innovation* (pp. 143–184). IGI Global Scientific Publishing.
- Mutambik, I. (2024). Culturally informed technology: assessing its importance in the transition to smart sustainable cities. *Sustainability*, *16*(10), 4075.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). Explaining an adoption and continuance intention to use contactless payment technologies: during the COVID-19 pandemic. *Emerging Science Journal*, *5*(1), 85–95.
- Putri, D. E., Sinaga, O. S., Sudirman, A., Augustinah, F., & Dharma, E. (2022). Analysis of the effect of perceived ease of use, perceived usefulness, trust, and cashback promotion on intention to use E-wallet. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, *6*(11), 63–75.
- Sinulingga, N. A., Ginting, P., Sembiring, B. K., & Silalahi, A. S. (2024). A study intention, implementation, and adoption of e-wallet in Indonesia. *Journal of Infrastructure Policy and Development*, *8*(11).
- Sopiyah, S., & Sriyono, S. (2025). The Cashless Society Trend: Examining the Influence of e-wallet Usage among Generation Z. *International Journal of Islamic Business and Management Review*, *5*(1), 13–28.
- Sundjaja, A. M. (2021). Understanding E-Wallet Usage in Indonesia During the Covid-19 Pandemic: Focus on Trust and Risk. *2021 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS)*, 148–154.